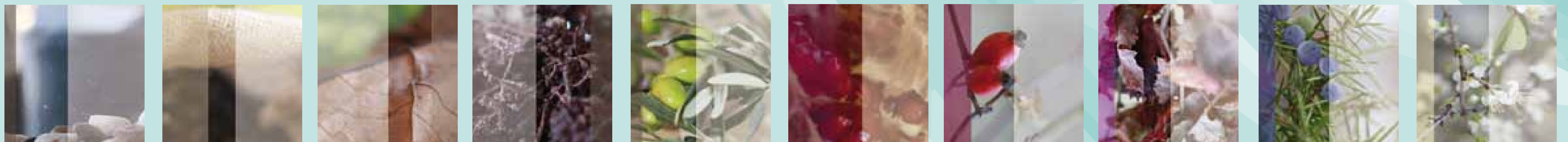
SENS.ÙS®

MC2
PURE ENERGY

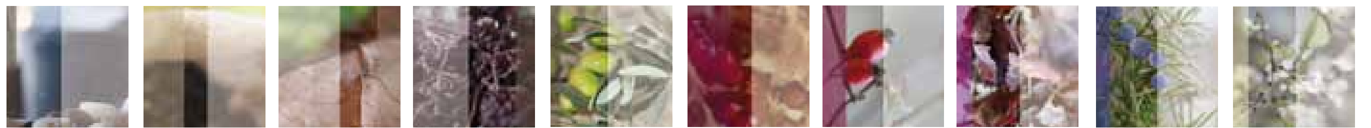


ENG F D NL

COSMETIC **HAIR** COLOR



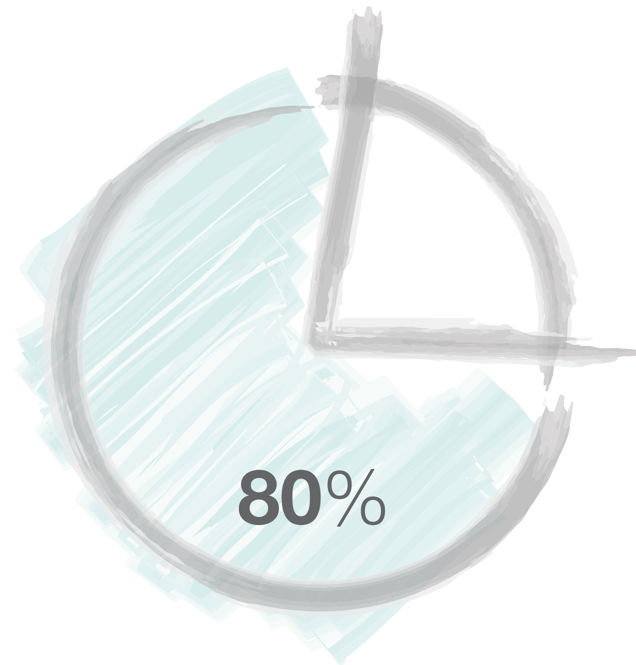
MC2 PURE ENERGY



The Market

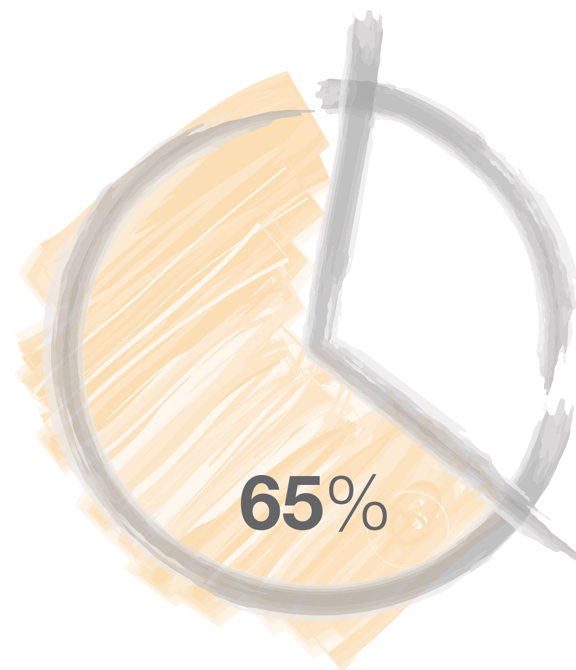
80% of salon clients have
a color service

Color Service



Color represent **65**%
of the total Salon turnover

Total Salon Turnover



Offering services that live up to CLIENTS expectations is essential.

(F) Le Marché
80% des Clientes du Salon effectue un Service Colorant.
Le Colorant représente 65% de la recette totale du Salon.
Offrir un service adéquat aux attentes des Clientes est d'une importance capitale.

(D) Der Markt
80% der Kundinnen des Salons lassen eine Färbung vornehmen.
Die Farbe verkörpert 65% des Gesamtumsatzes des Salons.
Einen auf die Erwartungen der Kundinnen abgestimmten Service zu bieten ist von grundlegender Wichtigkeit.

(NL) De markt
80% van de klanten bezoeken de kapsalon voor een kleurbehandeling.
Kleurbehandelingen vertegenwoordigen 65% van de totale omzet van de kapsalon.
Een behandeling bieden die aan de verwachtingen van de klanten voldoet is van essentieel belang.

Invisible Color

Often client expectations are never fully satisfied.

At the end of the service their color may result dull, uniform and flat, that doesn't enhance either their appearance or their image.

This is the reason why many clients change salons frequently, desperately searching for a professional consultant who is able to offer them a satisfactory service.

The majority of these clients will be on the look out not just for another salon but for “THE SALON”, capable of fulfilling all their desires.

Others, however, will choose D.I.Y. (mass market), which remains increasingly popular and runs the risk of ruining the relationship built on trust and loyalty between the hair stylist and the client.



(F) Couleur Invisible

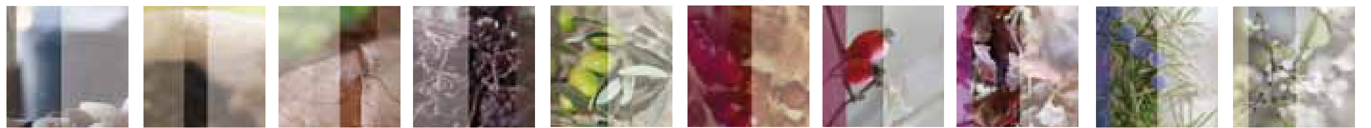
Fréquemment les attentes des clientes qui se rendent au salon ne sont pas complètement satisfaites.
A la fin du service leur colorant s'avère anonyme, uniforme et plat, il n'est pas en mesure d'exalter et valoriser leur image.
Et c'est pour cette raison que nombreuses d'entre elles passent d'un salon à l'autre à la recherche désespérée d'un conseiller en mesure de leur offrir un service adéquat.
La cliente n'ira pas à la recherche d'un salon, mais au contraire “DU SALON”, en mesure de satisfaire à 360° toutes ses attentes.
D'autres au contraire font recours directement à la coloration à domicile (Grande Distribution etc...) de plus en plus fréquente au détriment du rapport de confiance et de fidélité avec son propre coiffeur.

(D) Unsichtbare Farbe

Oft werden die Erwartungen der Kundinnen, die den Salon aufsuchen, nicht vollständig erfüllt.
Am Ende des Service erweist sich ihre Farbe als anonym, einförmig, banal und somit unfähig, ihr Image zu unterstreichen.
Genau das ist der Grund, weshalb viele von ihnen von einem Salon zum anderen pendeln, auf der verzweifelten Suche nach einem Berater, der es versteht, ihnen einen angemessenen Service zu bieten.
Die Kundin geht nicht auf die Suche nach einem Salon, sondern nach “DEM SALON” schlechthin, der in der Lage ist, alle ihre Ansprüche im 360°-Winkel zu erfüllen.
Andere hingegen gehen direkt zum “Do it Yourself” über (Verbrauchermärkte etc.), das immer mehr um sich greift-auf Kosten des Vertrauens-und Treueverhältnisses zum eigenen Friseur.

(NL) Onzichtbare kleur

Het gebeurt vaak dat er niet volledig aan de verwachtingen van de klanten die de kapsalon bezoeken wordt voldaan.
Aan het einde van de behandeling ziet de kleur er anoniem, eentonig en saai uit en accentueert de kleur op die manier het imago van de klant niet en laat ook het uiterlijk van de klant niet mooi tot zijn recht komen.
Daarom stappen klanten vaak over van de ene kapsalon op de andere, wanhopig op zoek naar een consulent die hen een passende behandeling kan bieden.
De klant gaat niet op zoek naar een kapsalon, maar naar “DÉ KAPSALON” die op alle fronten aan haar verwachtingen kan voldoen.
Andere klanten gaan daarentegen meteen over op “Doe-het-zelven” (grootwinkelbedrijven enz.), dat steeds meer terrein wint en dat ten koste gaat van de vertrouwensrelatie en binding met de eigen kapper.



Visible Color

Women go to the salon because they want a **color service** that will make them feel centre of attention.

She wants a color result that will improve her image, making her **look unique.**

She desires brilliant, silky soft, strong and resistant hair. She wants a color that will give **perfect grey cover**, **that is long lasting and which fully respects both the scalp and the hair structure.**

(F) Couleur Visible

La femme va chez le coiffeur pour un service colorant personnalisé qui la fasse sentir protagoniste.
Elle exige un résultat qui en exalte l'image, et la rende unique.
Elle souhaite des cheveux brillants, doux au toucher, libres, résistants et forts.
Elle souhaite une Couleur en mesure de couvrir parfaitement les cheveux blancs, avec une excellente durée dans le temps, dans le plein respect de la peau et de la structure capillaire.

(D) Sichtbare Farbe

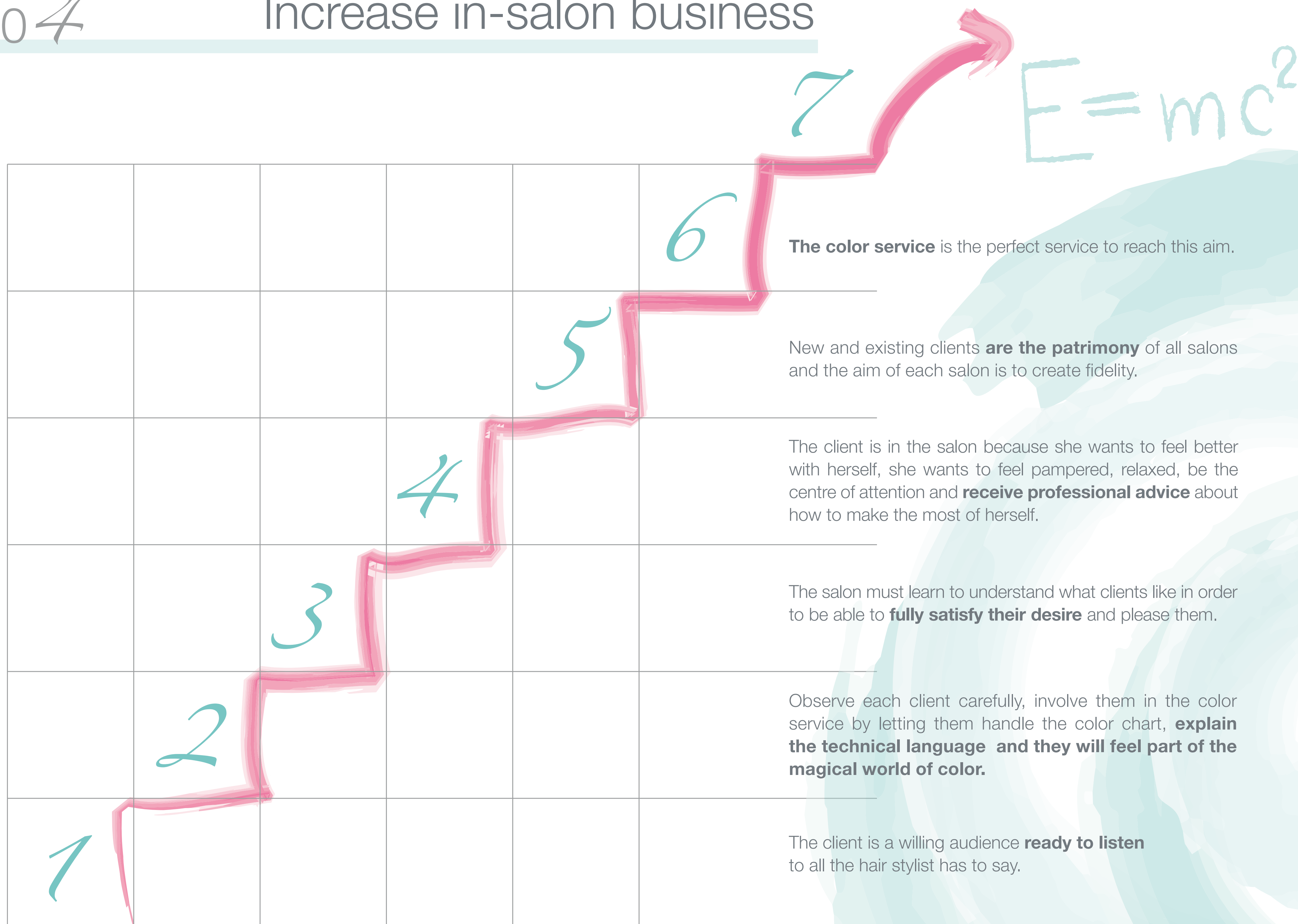
Die Frau begibt sich für einen individuell abgestimmten Färbe-Service, bei dem sie sich im Mittelpunkt fühlt, zum Friseur.
Sie verlangt ein Resultat, das ihr Image unterstreicht und sie einzigartig werden lässt.
Sie wünscht sich glänzendes, im Berührungseffekt weiches, freies, resistentes und kräftiges Haar.
Sie wünscht sich eine Farbe, die in der Lage ist, die weißen Haare perfekt abzudecken, bei lang anhaltender Dauer und umfassender Schonung der Kopfhaut und der Haarstruktur.

(NL) Zichtbare kleur

Een vrouw gaat naar de kapper voor een persoonlijke, op haar eigen eisen afgestemde kleurbehandeling waarbij zij zich het middelpunt voelt.
Ze wil graag een kleurresultaat dat haar look accentueert en haar uniek maakt.
Ze wil graag sprankelend haar, dat zacht aanvoelt en vrij, sterk en krachtig is.
Wat ze wil is een kleur die grijs haar volledig dekt, die lang duurt en die de hoofdhuid en de haarstructuur niet aantast.

MC2 PURE ENERGY

Increase in-salon business



The color service is the perfect service to reach this aim.

New and existing clients **are the patrimony** of all salons and the aim of each salon is to create fidelity.

The client is in the salon because she wants to feel better with herself, she wants to feel pampered, relaxed, be the centre of attention and **receive professional advice** about how to make the most of herself.

The salon must learn to understand what clients like in order to be able to **fully satisfy their desire** and please them.

Observe each client carefully, involve them in the color service by letting them handle the color chart, **explain the technical language and they will feel part of the magical world of color.**

The client is a willing audience **ready to listen** to all the hair stylist has to say.

(F) Augmenter les Affaires au Salon

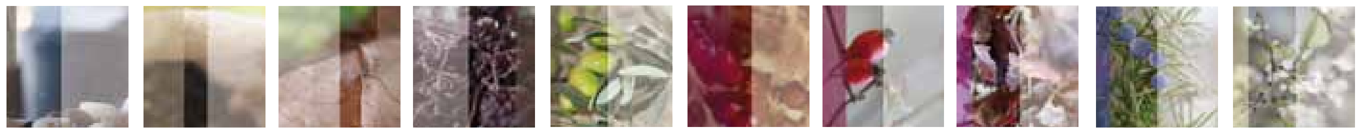
Les nouveaux clients ou ceux qui existent déjà sont le patrimoine de n'importe quel salon et l'objectif est celui de créer la fidélisation.
Le service colorant est la garantie certaine pour atteindre ce but.
Il faut apprendre à connaitre les goûts esthétiques du client pour répondre à ses besoins et satisfaire complètement ses exigences.
Observer chaque client individuellement, dialoguer avec elle, l'impliquer, mettre la carte des couleurs entre ses mains, l'aider à familiariser avec le langage technique de la coloration, accompagner son imagination dans le monde magique de la couleur.
La cliente sur le fauteuil du coiffeur est une auditrice en cage.
Elle est là parce qu'elle veut se sentir mieux avec elle-même, elle veut être cajolée, elle veut se détendre, recevoir des attentions, être conseillée par des professionnels sur la manière de tirer le meilleur d'elle-même.
Un produit formulé avec technologie et conscience est l'outil irremplaçable pour le professionnel pour répondre à ces attentes.
Lorsque par contre on parle de produit cosmétique, l'attention du consommateur se focalise uniquement sur les résultats qu'il est en mesure d'offrir, sans prêter attention à la manière dont ce produit a été formulé.

(D) Erhöhung des Business im Salon

Neue oder bereits akquirierte Kundinnen sind das kostbare Gut eines jeden Salons, so dass das Ziel darin liegt, eine Kundenbindung herzustellen.
Der Färbe-Service ist die sichere Garantie zur Erfüllung dieses Zwecks.
Man muss lernen, den ästhetischen Geschmack der Kundin zu ermitteln, um ihren Wünschen zu entsprechen und ihre Ansprüche umfassend zu erfüllen. Man muss jede Kundin individuell beobachten, mit ihr dialogieren, sie miteinbeziehen, ihr die Farbkarte in die Hand geben, ihr dabei helfen, sich mit der Fachsprache der Färbung vertraut zu machen, ihre Phantasie in die magische Welt der Farbe führen.
Die Kundin auf dem Friseurstuhl ist eine gefesselte Zuhörerin. Sie ist dort, weil sie sich selbst besser gefallen möchte; sie möchte verwöhnt werden, sich entspannen, Aufmerksamkeit erhalten, von professionellen Experten beraten werden, wie sie das Beste aus sich machen kann.
Ein Produkt mit einer auf Technologie und Bewusstsein beruhenden Formel ist für den Friseur das unersetzbare Instrument, um diesen Erwartungen zu entsprechen.
Handelt es sich jedoch um ein kosmetisches Produkt, konzentriert sich die Aufmerksamkeit des Verbrauchers nur auf die Resultate, die es zu bieten versteht, ohne auf die Art der Formelerstellung des Produkts selbst zu achten.

(NL) Toename van de business in de kapsalon

Nieuwe of bestaande klanten zijn het kapitaal van elke kapsalon en het doel is klantenbinding te creëren. De kleurbehandeling is een garantie om dit doel te bereiken.
De kapper moet de smaak van de klant leren kennen om volledig op de wensen en de eisen van de klant te kunnen inspelen. Elke klant individueel observeren, met de klant communiceren, de klant bij de behandeling betrekken, de kleurenkaart aan de klant overhandigen, de klant helpen om zich vertrouwd te maken met de vaktaal van de kleurtechnieken, de verbeelding van de klant naar de betoverende wereld van de kleuring voeren.
De klant die in de kappersstoel plaatsneemt is een geboeide toehoorster. De klant zit in die stoel omdat zij zich beter over zichzelf wil voelen, verwend wil worden, wil ontspannen, in het middelpunt van de belangstelling wil staan en geadviseerd wil worden door deskundigen over hoe zij het beste uit zichzelf kan halen.
Een technologisch en bewust samengesteld product is het onvervangbare middel voor de deskundige kapper om aan deze verwachtingen te voldoen.
Maar als er sprake is van een cosmeticaproduct is de aandacht van de consument alleen gefocussed op de resultaten die met product bereikt kunnen worden en wordt er geen aandacht besteed aan de manier waarop het product samengesteld is.



MC2 PURE ENERGY
is the solution to **Visible Results**
and it is the perfect tool to
increase in-salon business.



Bellezza al Naturale



(F) L'Innovation
MC2 Pure Energy est la réponse au besoin de Résultats Visibles et l'outil qui aide à augmenter les affaires de son propre salon.

(D) Die Innovation
MC2 Pure Energy ist die Antwort auf das Bedürfnis nach sichtbaren Resultaten und das Instrument, das zur Erhöhung des Business im eigenen Salon beiträgt.

(NL) Innovatie
MC2 Pure Energy is het antwoord op de vraag naar zichtbare resultaten en het middel dat helpt om de business in de kapsalon uit te breiden.



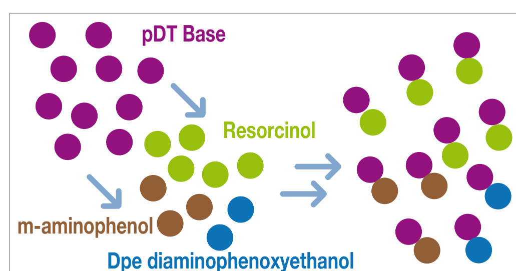
Ethical formulation

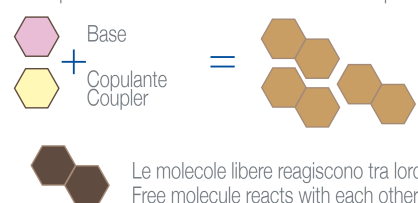




"Imagine love for the countryside as the symbol for sincerity as regards the modern city"

MC2 PURE ENERGY, is a cosmetic hair color that has been formulated according to the rules of **Molar Stoichiometry**, a clear and precise formulation technique.
MC2 PURE ENERGY foresees the use of certified raw material to guarantee quality and consistent color results.
STOICHIOMETRIC-MOLAR FORMULATION SYSTEM to protect the health of the consumer and the environment, an equal amount of colour pigment, molar concentration, in the base (pTD Base) must be equal to the total molar concentration collectively of all the other coupler colorants (resorcinol, m-aminophenol e Dpe).
The molecules of the base should not remain free (especially for the intermediate primary that reacts with itself and creates molecules that become potential sensitizers, irritants, pollutants etc...)





NATURAL EXTRACTS

MC2 PURE ENERGY contains natural extracts that belong to the Tuscan culture, like Hawthorn, Pomegranate, Rose hip, Vine, Sunflower seeds, Olive, Honey and Beeswax a natural mix with anti-oxidizing, softening and hydrating properties that fully respect the scalp and hair during the color treatment.
MC2 PURE ENERGY has an innovative pleasant and creamy texture, which is easy to mix and apply. Less product is required as oppose to traditional cream hair colors.

(F) Etique de formulation

"Penser à l'amour de la campagne comme symbole de sincérité par rapport à la ville moderne" MC2 Pure Energy, un produit cosmétique de coloration né selon les règles de la Stœchiométrie molaire, une technique de formulation claire et sans compromis. MC2 Pure Energy prévoit l'utilisation de matières premières certifiées et d'extraits naturels pour offrir une garantie de qualité et de constance de résultats dans le temps. MC2 Pure Energy est formulé à travers le système stœchiométrique molaire, pour protéger la santé du consommateur et de l'environnement. Comme le "montre" la graphique ci-dessous, MC2 Pure Energy une grande quantité d'éléments de dérivation naturelle, et une minuscule quantité de colorants/antioxydants/alcalinisants.

Extraits naturels

MC2 Pure Energy contient des extraits naturels fortement enracinés dans la culture Toscane, comme l'Aubépine, la Genièvre, le Grenadier, l'Eglantier, la Vigne, le Tournesol, l'Olivier et le Miel, un mélange naturel aux propriétés antioxydantes, adoucissantes et hydratantes, en mesure d'offrir le plus grand respect pour la peau et la fibre capillaire pendant tout le temps du traitement de coloration. MC2 Pure Energy se présente en une innovante texture crémeuse, agréable, au mélange et à l'application faciles pour un excellent rendement qui garantit une utilisation de crème colorante inférieure par rapport aux textures en crème traditionnelles.

(D) Ethik der Formelerstellung

"An die Liebe zur Landschaft als ein Symbol der Aufrichtigkeit im Vergleich zur modernen Stadt denken" MC2 Pure Energy-ein kosmetisches Färbeprodukt, das nach den Regeln der molaren Stöchiometrie, einer klaren und kompromisslosen Technik der Formelerstellung, ausgearbeitet wurde. MC2 Pure Energy sieht die Anwendung zertifizierter Rohmaterialien und natürlicher Extrakte vor, um eine Garantie für Qualität und Beständigkeit der Resultate über lange Zeit zu bieten. Schema der molaren Stöchiometrie Die Formel von MC2 Pure Energy beruht auf dem System der molaren Stöchiometrie, um die Gesundheit des Endverbrauchers und der Umwelt zu schützen. Wie die nachstehende Grafik zeigt, besteht MC2 Pure Energy aus einer großen Menge an Elementen natürlichen Ursprungs und einer sehr kleinen Quantität an Farbstoffen/Anti-Oxidationsmitteln/alkalisierenden Stoffen.

Natürliche Extrakte

MC2 Pure Energy enthält tief in der Kultur der Toskana verwurzelte Elemente wie Weißdorn, Wacholder, Granatapfel, Hagebutte, Weinrebe, Sonnenblume, Olivenbaum und Honig-eine natürliche Mischung mit anti-oxidierenden, erweichenden und feuchtigkeitsspendenden Eigenschaften, die in der Lage ist, eine optimale Schonung der Kopfhaut und der Haarfaser während der gesamten Dauer des Färbevorgangs zu gewährleisten. MC2 Pure Energy präsentiert sich in einer innovativen cremigen, angenehmen, leicht zu mischenden und aufzutragenden Textur mit ausgezeichneter Ergiebigkeit, die gegenüber den traditionellen Creme-Texturen einen weniger starken Einsatz von Färbecreme garantiert.

(NL) Formuleringsethiek

"Denken aan de voorliefde voor het platteland als symbool van oprechtheid ten opzichte van de moderne stad" MC2 Pure Energy, een cosmetisch haarkleurproduct dat volgens de regels van molaire stoichiometrie, een heldere formuleringstechniek zonder compromissen, is ontstaan. Bij MC2 Pure Energy zijn gecertificeerde grondstoffen en natuurlijke extracten gebruikt om kwaliteitsgarantie en duurzame resultaten te bieden. MC2 Pure Energy is samengesteld op basis van het molaire stoichiometriesysteem, om de gezondheid van de eindconsument en het milieu te beschermen. Zoals aangetoond in de hieronder vermelde grafiek, bevat MC2 Pure Energy een grote hoeveelheid elementen van natuurlijke oorsprong en een zeer kleine hoeveelheid kleurstoffen/antioxidanten/alkaliserende stoffen.

Natuurlijke extracten

MC2 Pure Energy bevat natuurlijke extracten die diep geworteld zijn in de Toscaanse cultuur, zoals meidoorn, jeneverbes, granaatappel, rozenbottel, wijnstok, zonnebloem, olijf en honing, een natuurlijke mélange met anti-oxiderende, verzachtende en hydraterende eigenschappen, dat tijdens de hele duur van de kleurbehandeling in staat is om de hoofdhuid en haarstructuur maximaal te ontzien en dus niet aan te tasten. MC2 Pure Energy heeft een innovatieve, aangename en romige textuur die makkelijk te mengen en op te brengen is en heeft bovendien een uitstekend rendement, waardoor er minder kleurcrème gebruikt hoeft te worden dan traditionele crèmetexturen.